

The Role and Place of the Podcast in the Digital Market

Assist. Prof. PhD Boycho Boychev

St. Cyril and St. Methodius University of Veliko Turnovo, Veliko Turnovo, Bulgaria

b.boychev@ts.uni-vt.bg

Abstract

In the last few years the podcast has started to enter the Bulgarian media market. It is a relatively new and little known on demand media product in Bulgaria. Abroad, podcasts have gained popularity with advertisers as an effective way to reach their target audience. The reason for this popularity is the niche content delivered to the target audience. Advertisers believe that these audiences are tight-lipped, which allows them to better understand the branding message and therefore have greater impact on the consumer. The purpose of the development is to acquaint the reader with the available podcasts in Bulgaria and the opportunities offered for advertising in them.

Keywords: Podcast, Marketing, Advertising, Podcast advertising, Digital market

JEL Code: M31, M37; doi:10.36997/IJUSV-ESS/2019.8.2.94

Въведение

През последните няколко години на българския медиен пазар почна да навлиза **подкастът**. Това е относително нов и слабо познат медиен продукт от тип „при поискване“ (on demand) в България. В чужбина подкастите са придобили популярност сред рекламодателите като ефективен метод за достигане до тяхната целева аудитория. Причината за тази популярност е нишевото съдържание, доставено на целевата аудитория. Рекламодателите считат, че тези аудитории са тясно насочени, което дава възможност за по-доброто възприемане на рекламното послание на търговските марки и следователно по-голямо въздействие върху потребителя.

1. Същност на подкастинга

За първи път подкастинга бива споменат в статията на Хамерсли¹ като понятие. По сериозното му навлизане започва през 2005 г., когато Apple добавя официална поддръжка на подкастите в iTunes, с което се налага като новост и затвърждава новото понятие. Първоначалната идея е била радиопредаване да се запише и качи в Интернет като слушателите да свалят с цел да изслушат предаването в удобно за тях време. С времето се появяват специално записани файлове с цел споделяне в интернет без някога да са били излъчвани по радио станиция. „Подкастта е дигитален аудио файл на радиопредаване или независимо предаване, който е наличен в интернет за сваляне“². Той все по-често се използва като платформа за рекламни послания³. Маркетолозите и рекламодателите могат да предадат рекламno съобщение или да напредставят търговската марка преди, по време и/или след представянето на съдържанието на подкаста.

Според проучване от 2018 г. на Acast 23% от жителите на Великобритания слушат подкасти, а 76% са повлияни от рекламата да заплатят за рекламирания продукт или услуга, за която са чули в шоуто⁴.

¹ Hammersley, Ben. Audible revolution. 12.2.2004,

<https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>

² Ritter, E. A., & Cho, C. (2009). Effects of Ad Placement and Type on Consumer Responses to Podcast Ads. *CyberPsychology & Behavior*, 12(5), 533-537. doi:10.1089/cpb.2009.0074

³ McGowan, M. K. (2010). The Unexplored New Medium: Recent Trends in Podcast Advertising. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 1(2), 97- 111.

⁴ Stewart, Rebecca. 76% of UK listeners have acted on a podcast ad according to Acast, 2.4.2018, <https://www.thedrum.com/news/2018/04/02/76-uk-listeners-have-acted-podcast-ad-according-acast>

Подобни проучвания се извършват и в САЩ. Една от изследователските групи е Edison Research and Triton Digital. Тя провежда изследвания от 2006 години до сега. Последното проучването на групата „The Infinite Dial 2019“⁵ е публикувано в началото на март 2019 г. Изследването е проведено сред хора от 12 години до 65. В доклада са изнесени данни от проучването на подкастинга от 2006 г. до 2019 г. За разглеждания период прави впечатление, че единствено през 2013 г. има лек спад в слушателите на този тип файлове (виж фиг. 1), който бива компенсиран и от представените данни можем да заключим, че има трайна тенденция към увеличаване на слушателите. Според друга изследователска група – WARC, 22% населението на САЩ – около 62 млн. души, слушат подкаст⁶ и спрямо тяхното изследване също се увеличава броя на слушателите.

Тази тенденция предоставя разрастващ се рекламен канал, чрез който може да търговските марки да достигнат до своите потенциални клиенти.



Фигура. 1 Подкастинг слушатели в САЩ в периода 2006-2019

В iTunes⁷ – платформа на Apple, има над 550 000 подкаста с над 18,5 млн. записа като в световен мащаб има около 660 000 подкаста и този брой продължава да нараства.

Предпоставка за това е, че за самото създаване на подкаст не изисква сериозни инвестиции. Необходими са микрофон, слушалки, компютър свързан към интернет и малка сума пари за онлайн услуги. При създаването на епизод следва да се спазват някои препоръки с цел да се запази качеството на записа:

- слушалките трябва да уплътняват добре за да не се връща звук от тях в микрофона;
- трябва да се съблюдава да няма странични шумове;
- записа трябва да се извършва в максимално тиха стая без отворени врати или прозорци;
- трябва да се избягва по време на записа да се говори близко и срещу стена поради създаване на ехо, както и стаите с високи тавани поради същата причина;
- най-оптималното място за провеждане на запис е в средата на стаята;
- микрофона трябва да е поставен по подходящ начин, които няма да се влияе от движения по масата;

⁵ Доклада е публикуван на 6.3.2019 <https://www.edisonresearch.com/infinite-dial-2019/>

⁶ WARC, Global Ad Trends – Podcasts, April 2019. http://eu-lon09.marketo.com/lp/785-GVO-306/April_Global-Ad-Trends-2019.html

⁷ <https://www.apple.com/itunes/podcasts/>

- при запис на двама и повече хора те трябва да стоя на разстояние един от друг поне 2 метра за да не се получи микрофония.

За маркетинговете важен момент, спрямо договора за реклама, е правилното оформление на съдържанието, чрез което ще се представи бранда по време на епизода, когато това е заложено да бъде част от основното съдържание.

След преключване на записа е необходима допълнителна обработка на епизода. През този етап също могат да се добавят или коригират рекламните послания. Тази обработка се осъществява чрез софтуер за редакция. В този процес се обработва силата на звука, което е от изключително голямо значение за възприемането, както на самото съдържание така и на рекламното послание. Известно е, че интонацията и силата на звука са от съществено значение за начина, по който ще бъде възприето съдържанието и в частност самата реклама. Благодарение на софтуера могат да се премахнат нежелани моменти, да се коригират тихите или силни части от записа, да се премахнат „пукания“ и други несъвършенства. След финализирането на обработката е желателно рекламоделите да чуят епизода за да са сигурни за качеството, както на самото съдържание така и за доброто представяне на рекламното послание на търговската марка. След финалното одобрение последва компресиране на файла с цел намаляване на неговия размер преди качване в Интернет. За да бъде класифициран в правилната категория в агрегаторите епизода е необходимо да се въведат метаданни във файл като автор, заглавие, подзаглавие, описание, език, категория, подкатегория и други. След създаването на файла, обработката, компресирането и създаването на файл се публикува. Най-големите мрежи за публикуване на подкасти са Spotify, Apple iTunes Store и Google Podcasts. Благодарение на тези мрежи рекламата може да достигне до огромна аудитория. Те позволяват да се извежда статистика по пол, възраст, колко души са изслушали до край епизода и друга значима информация за рекламоделите.

Поради тези причини се прогнозира увеличаване до 4,5% от глобалните разходи за аудио реклама до 2022 г. да биват за реклами в подкаст спрямо 1,9% през 2018 г.⁸

2. Подкасти в България

За България подкаста е нещо ново. В повечето български подкасти няма реклама като цяло, а се разчита на лични средства и/или на дарения за създаването и поддържането им. Това създава добра възможност за българските рекламоделители да достигнат до добре подбрана и таргетирана група последователи на дадения подкаст. Създаване на качествено съдържание с включена реклама в подкаста още в процес на формиране на българския пазар. Все още българските маркетингови специалисти не са привлечени от този тип медия, но според нас подкаста ще оказва за напред значително влияние върху маркетинговите стратегии на бизнес организациите (и не само), както в световен мащаб така и в България. За нарастващото значение на подкастите в световен мащаб ни навежда на мисълта и направената инвестиция от страна на Spotify на стойност 500 млн. долара в закупуването на мрежата от подкасти Gimlet.⁹

За сравнително краткото време в България се появиха подкасти на различна тематика – от кино до политика. Някои от тях редовно биват обогатявани с нови епизоди (виж таб. 1), а други биват изоставяни и не се развиват – не са публикувани нови епизоди повече от година¹⁰ (виж. таб. 2).

⁸ WARC, Global Ad Trends – Podcasts, April 2019. http://eu-lon09.marketo.com/lp/785-GVO-306/April_Global-Ad-Trends-2019.html

⁹ Chmielewski Dawn. It's Official: Spotify Buys Gimlet Media, Plans To Spend Up To \$500 Million This Year on Acquisitions. 6.2.2019. <https://www.forbes.com/sites/dawnchmielewski/2019/02/06/its-official-spotify-buys-gimlet-media-plans-to-spend-up-to-500-million-this-year-on-acquisitions/>

¹⁰ Към момента на писане на разработката 24.7.2019 г.

Таблица 1. Списък на активни български подкасти

№	Подкаст	Описание ¹¹ и адрес
1	Свръхчовекът с Георги Ненов	Свръхчовекът е българският подкаст, насочен към вярата в себе си и многобройните възможности, които ни заобикалят. Разказвайки вдъхновяващи истории на хора, които живеят живота на мечтите си, Георги Ненов цели да мотивира своите слушатели да вървят по пътя си с увереност в собствените си способности и така да сътворят едно по-добро бъдеще. https://soundcloud.com/thesuperhumanpodcast/tracks
2	Непримиримите	Непримиримите е български подкаст за разговори с вдъхновяващи и борбени личности, сбъдващи мечтите си! https://soundcloud.com/neprimirimate
3	ТехБалон	Български подкаст за технологиите от света. https://www.techballoon.net/
4	Сонар Каст	Интервю подкаст на български за бизнес, технологии и култура. https://sonar.libsyn.com/
5	Камък, ножица, хартия	Седмичният подкаст за култура, ново време и още нещо. https://soundcloud.com/thekanoha
6	Тихо, филмът започва by WebcafePro	Подкаст за хората от уеб сайтовете в мрежата на webcafe.bg. https://soundcloud.com/webcafebg
7	The Comedy Club Channel	Подкаст на Комеди Клуб София с най-добрите стендъп комедианти в България и приятели има и YouTube канал, където се качват и видео от подкастите. https://soundcloud.com/user-243077722
8	Nerds2Nerds	Nerds2Nerds е подкаст за информационни технологии, програмиране и наука. https://www.nerds2nerds.com/
9	Hill Season Podcast	Този подкаст е фокусиран върху велосипедистите. Епизодите са гости, които разказват за интересни състезания от България и чужбина. http://hillseason.com/
10	Ratio Podcast	Подкастът е за “общо любопитни хора”. Тук ще чуете по-неформални, често по-неподготвени разговори, свързани и вдъхновени от наука – всичко това през призмата на абсолютия лайк (в ролята – Любо) и интересни събеседници (практически, всички останали участници). https://soundcloud.com/ratiobg
11	Създателите – дигиталните оптимисти на България	В подкаста се говори в различни формати за дигиталното общество в България, за хората, които ежедневно инвестират време, идеи, пари и развиват този бизнес у нас. https://thecreators.bg/podcast/
12	TopkastBg	Спортен футболен подкаст, в който се коментират актуалните футболни първенства и турнири – Шампионската лига, Премиър лиг, Примера дивисион, Бундеслига, Серия А, Лига 1, както и българското футболно първенство. https://anchor.fm/topkast-bg
13	GYMonBOOKS	Фитнес подкаст шоу. https://soundcloud.com/gymonbooks
14	Beyond Numbers	В Beyond Numbers ще обсъждат какво стои зад създаването и развитието на един бизнес. Подкаст за предприемаческата дейност. https://beyondnumbersshow.com/
15	SBS на Български	Интервюта и кратки политически новини от българското представителство на международната мултимедийна мрежа SBS, която е основана в Австралия. https://www.sbs.com.au/yourlanguage/bulgarian/en/podcastcollection/sbs-bulgarian
16	Тоест	Интернет медия, която е финансирана единствено от слушателите си. Бавна, обмислена и честна журналистика. Без реклами и платени репортажи. Без подвеждащи заглавия и сензации. https://toest.bg/

¹¹ Описанито за подкаста е взето от страницата на съответния подкаст.

№	Подкаст	Описание ¹¹ и адрес
17	Несвъртък с Пламен Сивов	Говори се за култура, религия, музика и се опитва да погледне отвъд видимостите и събитията. Подкастът включва тв- и радиоинтервюта, както и собствени епизоди. https://anchor.fm/plamen-sivov
18	Сол на Живота	В този подкаст се разговаря за срещата на вътрешно-християнския живот с предизвикателствата на динамичния и забързан ден. Разговори се водят със свещеници, деатели, доброволци и обикновени миряни. Темите, които се засягат са такива, които живо вълнуват нашето ежедневие на Православни християни. https://www.buzzsprout.com/262762
19	--force push	Разговори със софтуерни разработчици от екипа на ReceiptBank. Говорят за нещата, които са научили, учат или ще научат някога. https://forcepush.simplecast.com/
20	Да, България!	Официален подкаст на политическа партия „Движение Да, България“, в който се обсъждат теми свързани с миналото, настоящето и бъдещето на България. https://www.dabulgaria.bg/podcast/
21	Превод в ефир	Седмичен подкаст на Свободна Европа с Полина Паунова. От началото на 2019 г. Свободна Европа е възстановена като дигитална платформа за предоставяне на мултимедийно съдържание на български език. Засягат се предимно политически и журналистически теми. Има още два свързани подкаста от Полина Паунова – Говори Полина и Мило Дневниче. https://www.svobodnaevropa.bg/a/29918946.html

Таблица 2. Списък на неразвиващи се подкасти в България.

№	Подкаст	Описание и адрес
1	„Градски детектив“	„Градски детектив“ е подкаст за градски легенди и любопитни моменти от архитектурната и културна история на градовете. Автори са Ана Благова, Яна Пункина и Радослав Чичев. http://www.detectivepodcast.com/
2	freedomonline.bg	Подкастът на freedomonline.bg е допълнения към блога им, където публикуват материали свързани със сигурност, кибер уязвимост и атаки. https://soundcloud.com/freedomonlinebg
3	WakeUp and StartUp	Подкаст с гости предприемачи, които споделят своя опит към успеха. https://soundcloud.com/wakeupandstartup
4	Предприемачите	Подкаст обмислян да обхваща широк кръг от теми. http://predpriemachite.com/
5	София сутрин	https://soundcloud.com/sofiasutrin/
6	ФизиоБГ	Идеята е била да се представят неща свързани с физиотерапията. https://soundcloud.com/rehabilitation-plovdiv
7	Birecast	Подкаст за кино, сериали, комикси, кеч и музика. https://bireto.blogspot.com/p/blog-page_13.html
8	Gamers' Voiceshop (GVS)	Подкаст за всичко, свързано с гейминга като хоби, развлечение и дори професия. http://gamersvoiceshop.com/gvs-episodes/

Освен представените в таблица 1 редовно обновявани подкасти има и **една мрежа от подкасти**, която се развива успешно в България. Първия подкаст пуснат от тази мрежа е „Говори интернет“¹². Старта му е през 2017 г. В „Говори интернет“ тематиките са най-

¹² Адрес на подкаста <https://govori-internet.com/>

разнообразни. На 23.07.2018 г. с помощта на създателите на „Говори интернет“ тръгва подкаста „Транзистор“¹³ свързан с потребителските технологии, а в края на същата година 30. 12.2018 г. бива пуснат пилотния епизод на „Дроб и чили“¹⁴, който е свързан с храната и храненето като цяло. Към мрежата през март 2019 г се добавя и „Експлейнърът на ГИ“¹⁵. Всички епизоди на цялата мрежа могат да се намерят на този адрес: <https://soundcloud.com/govori-internet>.

Повечето подкасти в България се финансират изцяло чрез лични средства и/или чрез дарения. По същия начин започва и „Говори интернет“ - чрез лични инвестиции и чрез дарения от над 100 души в платформата Patreon. От скоро „Говори интернет“ се опитва да комерсиализира своят медиен канал. Макар и да са в самото начало на това свое начинание, те вече са успели да добавят по 2-3 рекламни блока с продължителност от по 1 минута в епизод с времетраене от 2 часа. Това показва, че макар и бавно рекламоделите в България почват да виждат потенциал в този тип медия.

Заклучение

Все по дълбокото навлизане на технологиите в ежедневието и променящите се нужди на потребителите изменят предпочитанията им на медии. От цитираните проучвания ставя ясно, че подкаста е все по-разрастващ се рекламен канал, чрез който търговските марки се опитват да спечелят вниманието на слушателите. За разлика от уеб рекламата те се четат от авторите на съдържанието и слушателите имат нагласата да ги чуят с цялото си внимание. Това дава причина да смятаме, че има значима перспектива за развитие на реклама в подкаста. Важна разлика в сравнение с традиционните медии е че тук няма ограничения в рекламния блок, което дава голяма свобода на действие от страна на рекламоделите, а това е значимо предимство пред традиционните медии.

References

1. Chmielewski Dawn. It's Official: Spotify Buys Gimlet Media, Plans To Spend Up To \$500 Million This Year on Acquisitions. 6.2.2019. <https://www.forbes.com/sites/dawnchmielewski/2019/02/06/its-official-spotify-buys-gimlet-media-plans-to-spend-up-to-500-million-this-year-on-acquisitions/>
2. Edison Research and Triton Digital. The Infinite Dial 2019. 6.3. 2019 <https://www.edisonresearch.com/infinite-dial-2019/>
3. Hammersley, Ben. Audible revolution. 12.2.2004 <<https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>>
4. McGowan, M. K. (2010). The Unexplored New Medium: Recent Trends in Podcast Advertising. The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications,1(2), 97- 111.
5. Ritter, E. A., & Cho, C. (2009). Effects of Ad Placement and Type on Consumer Responses to Podcast Ads. CyberPsychology & Behavior,12(5), 533-537. doi:10.1089/cpb.2009.0074
6. Stewart, Rebecca. 76% of UK listeners have acted on a podcast ad according to Acast, 2.4.2018, <https://www.thedrum.com/news/2018/04/02/76-uk-listeners-have-acted-podcast-ad-according-acast>
7. WARC, Global Ad Trends – Podcasts, April 2019. http://eu-lon09.marketo.com/lp/785-GVO-306/April_Global-Ad-Trends-2019.html

¹³ Адрес на подкаста <https://tranzistor.net/>

¹⁴ Адрес на подкаста <https://drob-chili.com/>

¹⁵ Адрес на подкаста <https://x.govori-internet.com/>